

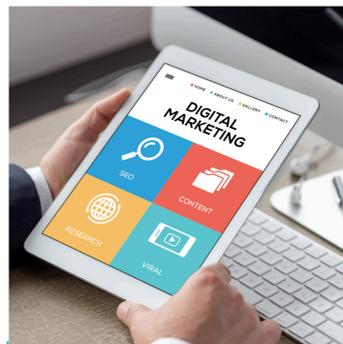


**SUOMI  
FINLAND**



# РУКОВОДСТВО ПО ПРОВЕДЕНИЮ ЭКСПОРТНОГО МАРКЕТИНГА

от подготовки до анализа результатов





**SUOMI  
FINLAND**



**© 2025 Программа развития ООН в Кыргызской Республике (ПРООН)**

Данная публикация может быть воспроизведена полностью или частично в любой форме в образовательных или некоммерческих целях без специального разрешения правообладателя при условии ссылки на источник.

Упоминание конкретных организаций, мест, услуг или продукции некоторых изготовителей не означает, что ПРООН в Кыргызской Республике поддерживает или рекомендует их, отдавая им предпочтение по сравнению с другими организациями, местами, услугами или продукцией аналогичного характера, не упомянутыми в тексте. ПРООН в КР приняла все разумные меры предосторожности для проверки информации, содержащейся в настоящей публикации. Тем не менее, опубликованные материалы распространяются без какой-либо чётко выраженной или подразумеваемой гарантии. Ответственность за интерпретацию и использование материалов ложится на пользователей.

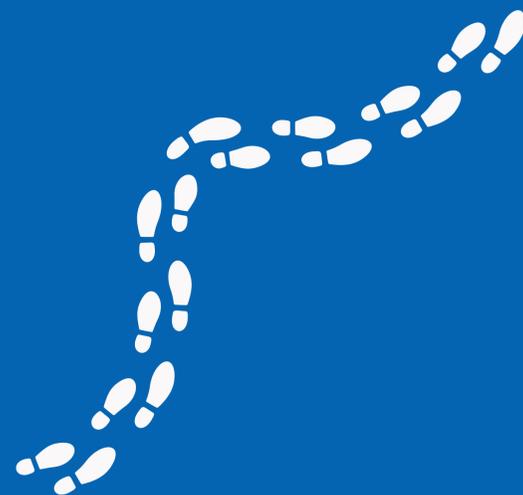
Рисунки, фотографии и иллюстрации использованы в соответствии с требованиями к публикациям агентств ООН.

# МАРКЕТИНГ БЕЗ СТРАТЕГИИ — ЭТО ЭКСПОРТ В НИКУДА

Вы можете быть сильны в производстве, уметь отгружать, владеть логистикой и знать свой продукт до мелочей. Но без маркетинга это остаётся «товаром в коробке». Без стратегии — это «поездка на удачу». А без системного подхода — это бизнес, зависящий от случая.

## Экспортный маркетинг — это не реклама. Это путь.

Он начинается не с баннера и не с публикации в Instagram. Он начинается с вопроса: «Кому мы это продаём, зачем, и почему выберут нас?» И дальше — исследование, анализ, позиционирование, стратегия, материалы, коммуникация. Всё это описано в руководстве, которое вы держите в руках.



## ЗАЧЕМ ЭТО НУЖНО КОМПАНИЯМ КЫРГЫЗСТАНА?

Сегодня МСБ выходят на новые рынки смело, но часто — вслепую.

### Частые проблемы:

- нет данных о спросе,
- нет визуальных материалов,
- нет понимания, где и как искать клиента,
- участие в выставках даёт ноль результата,
- реклама «не работает»,
- продажи зависят от случайных звонков.

**Это руководство помогает превратить хаотичный маркетинг в управляемый процесс.**

Оно создано для экспортёров, менеджеров, консультантов, всех, кто хочет, чтобы продвижение работало как система.

## ЧТО В НЁМ ЕСТЬ?

Пошаговая структура от подготовки до анализа результатов

Чёткие этапы: цели, рынок, конкуренты, аудитория, цена, каналы, материалы

Разбор онлайн и офлайн-инструментов

Как подготовиться к выставке, как вести Digital, как сопровождать клиентов

Как считать бюджет, оценивать эффективность, адаптировать стратегию

Примеры по отраслям: мёд, текстиль, ИТ, туризм, агро

Шаблоны, таблицы, брифы, чек-листы — всё, что можно сразу внедрить

# ЭТО НЕ ТЕОРИЯ. ЭТО ПРАКТИЧЕСКИЙ ПЛАН.

Вы можете открыть любой раздел и начать с него — от анализа до digital. Руководство сделано так, чтобы вы могли читать, внедрять и улучшать без долгих курсов и консультаций.

## Как экспортный маркетинг становится навигатором — а не хаотичной гонкой за клиентом

Хороший экспортный маркетинг — это не одна кампания. Это система, которая помогает не «продать товар», а найти своего покупателя и говорить с ним на понятном языке. Руководство даёт вам чёткую структуру — от анализа рынка до оценки результатов. Ниже — краткая карта.

### Структура маркетинга, которая ведёт к сделке

Этап	Что включает
1. Подготовка	Цель, команда, ресурсы, документы, сайт, презентация
2. Исследование	Какие рынки подходят, где есть спрос, какова конкуренция
3. Сегменты и аудитория	Кто именно ваш клиент: розница, опт, B2B, потребитель
4. Конкуренты	Что они продают, по какой цене, через какие каналы
5. Ценообразование	Как учесть логистику, маржу, налоги и быть в рынке
6. Каналы продвижения	Онлайн (соцсети, SEO, Ads), офлайн (выставки, B2B), платформы
7. Материалы	One-pager, сайт, презентации, видео, упаковка
8. Участие в выставках	Как готовиться, кого приглашать, как вести follow-up
9. Digital	Как запустить рекламу, вести соцсети, собрать аналитику
10. Работа с партнёрами	Как выстроить отношения и удержать интерес
11. Бюджет	На что тратить, как распределить, сколько закладывать
12. KPI и оценка	Что считать успехом, как отслеживать и корректировать
13. Примеры по отраслям	Текстиль ≠ ИТ. Что важно и как адаптировать подход

## ПОЧЕМУ ЭТО РАБОТАЕТ



- Потому что каждый блок связан с другим.



- Потому что вы не тратите деньги вслепую



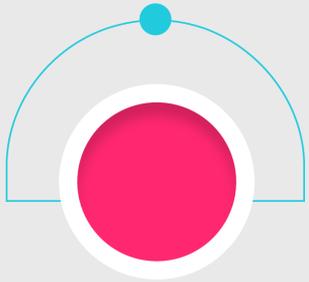
- Потому что даже с ограниченным бюджетом можно найти канал, который работает.



- Потому что даже без маркетолога в штате вы можете действовать как команда.

# ОШИБКИ, КОТОРЫХ ВЫ ИЗБЕЖИТЕ С ЭТИМ РУКОВОДСТВОМ

Вложить \$2000 в рекламу, не  
поняв, кому вы продаёте



Сделать сайт, который не  
адаптирован под рынок



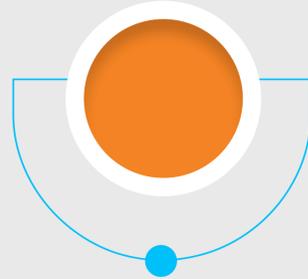
Потерять клиента из-за отсутствия  
презентации, письма или внятного  
предложения



Поехать на выставку без  
подготовки и вернуться без  
контактов



Продавать слишком дорого  
или слишком дешево



## ЭТО НЕ ПРОСТО ТЕКСТ. ЭТО ПЛАН ВАШЕГО ВЫХОДА НА РЫНОК.

Открывайте любой блок. Используйте таблицы. Адаптируйте под себя.

Экспортный маркетинг не должен быть сложным — он должен быть честным, чётким и последовательным. И с этим руководством у вас будет именно такой путь.



Подробная версия данного руководства доступна по QR коду